

OPINI *NETIZEN* TENTANG IKLAN *REBRANDING* INDOSAT OOREDOO

(Studi pada Netizen pengikut Kampanye #IndonesiaDigitalNation)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
(S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

Ratna Triwurian Danu

201210040311090

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2016

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Nama : Ratna Triwurian Danu

NIM : 201210040311090

Konsentrasi : *Public Relation*

Judul Skripsi : *Opini Netizen tentang Iklan Rebranding Indosat Ooredoo (Studi pada netizen pengikut Kampanye #IndonesiaDigitalNation)*

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

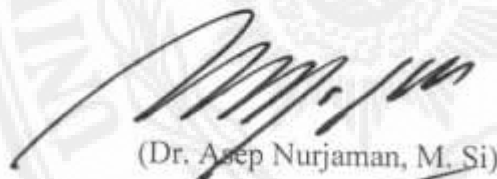
Universitas Muhammadiyah Malang

Dan dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Pada tanggal : 26 April 2016

Mengesahkan,

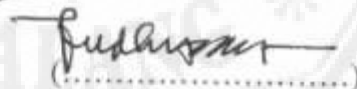
Dekan FISIP UMM



(Dr. Asep Nurjaman, M. Si)

Dewan Penguji :

1. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D



(.....)

2. Novin Farid Setyo W, M.Si



(.....)

3. Widiya Yutanti, M. A



(.....)

4. Drs. Abdullah Masmuh, M.Si



(.....)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Opini Netizen tentang Iklan *rebranding* Indosat Ooredoo (Studi pada Netizen Pengikut Kampanye #IndonesiaDigitalNation)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dalam petunjuk serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Asep Nurjaman, Dr. M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Widiya Yutanti, M.A selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
3. Drs. Abdulla Masmuh, M.Si selaku pembimbing II dan Dosen Wali yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
4. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak memberikan ilmu dan masukan selama perkuliahan
5. Papa dan Bunda, Khoirul Mu'minin S.P dan Rr. Poppy Puspitasari, Ph.D tercinta, yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil serta selalu menyisipkan nama penulis dalam setiap do'a dan curahan kasih sayang yang tiada tara. Hal ini menjadi kekuatan terbesar penulis untuk terus memiliki motivasi dalam proses skripsi ini.
6. Almarhum mama, Ir. Elfarida Nazir *for every inch of me.*
7. Mas Gilang Prasetyo Ivandanu S.Kom, Mbak Rida Fitriyanti, S.Kom, Mas Dimas Rullyandanu A.Md dan Dek Aisyah Puspitasuta tercinta, untuk motivasi dan semangat yang selalu ada.
8. Sahabat – sahabatku tersayang dari awal masuk kuliah hingga saat ini, Fidela Zerlina Aufa Nurachmad dan Nabila Sofyan Putri yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk menghibur dan memberikan semangat serta motivasi.
9. Teman – temanku tersayang, Astrie Cahyasari S.Psi, Aditya Utomo, S.Ked, Muhammad Arya S.Psi, Delima Aziziyah, Silfiasari S.Psi, Trio Bangkit Kharisma dan Fikhih Kartika Murti S.Kg yang selalu memberikan waktu untuk memberikan masukan, semangat, motivasi dan menghibur

10. Rekan bermain, Dennies Adrian Setyobuwono, Alvian Rizky Ramadhan, Haril Pranata, Ayu Wulandari, Gloria Vidi, Affan Meizar, Erlys Bagus, Yudha Satria, yang selalu bersedia menemani, membantu dan memberikan nasehat serta semangat kepada penulis.

11. Teman berkumpul di Kantin Asri, Satriani Agustin, Axel Narandika, Maulana A. Ramadhan, Redo Sasmaya, Faiz Fandira, Faisal Teguh Prasetyo, Tato Hary, Lingga Juniar, Firdhan Choirul Anwar untuk selalu meluangkan waktu menghibur dan memberi semangat.

12. Tetangga dari kecil tersayang, Mbak Nina Zulinar Fatmawati dan Mbak Amalia Gillyastuti atas semangat, motivasi serta dukungan yang selalu diberikan.

13. Keluarga Besar Ilmu Komunikasi B 2012 untuk selalu menemani, semoga sukses bersama kedepannya.

Malang, 21 April 2016

Penulis,

Ratna Triwurian Danu



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	v
Abstrak	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Periklanan sebagai Alat Menjual & Membranding	5
2.1.1 Fungsi Periklanan	7
2.1.2 Kampanye dalam Periklanan	9
2.2. Rebranding	10
2.3. Opini terhadap Isi Pesan	12

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian	14
3.2. Informan Penelitian	14
3.3. Ruang Lingkup Penelitian	14
3.4. Teknik Pengumpulan Data	15
3.4.1 Wawancara	15
3.5. Teknik Analisa Data	15

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1. Sejarah Perusahaan Indosat Ooredoo	17
4.2. Profil Perusahaan Indosat Ooredoo	19
4.3 Visi, Esensi, Posisi, Pilar serta Nilai – Nilai Perusahaan Indosat Ooredoo	20

4.4 Kampanye #IndonesiaDigitalNation	22
--	----

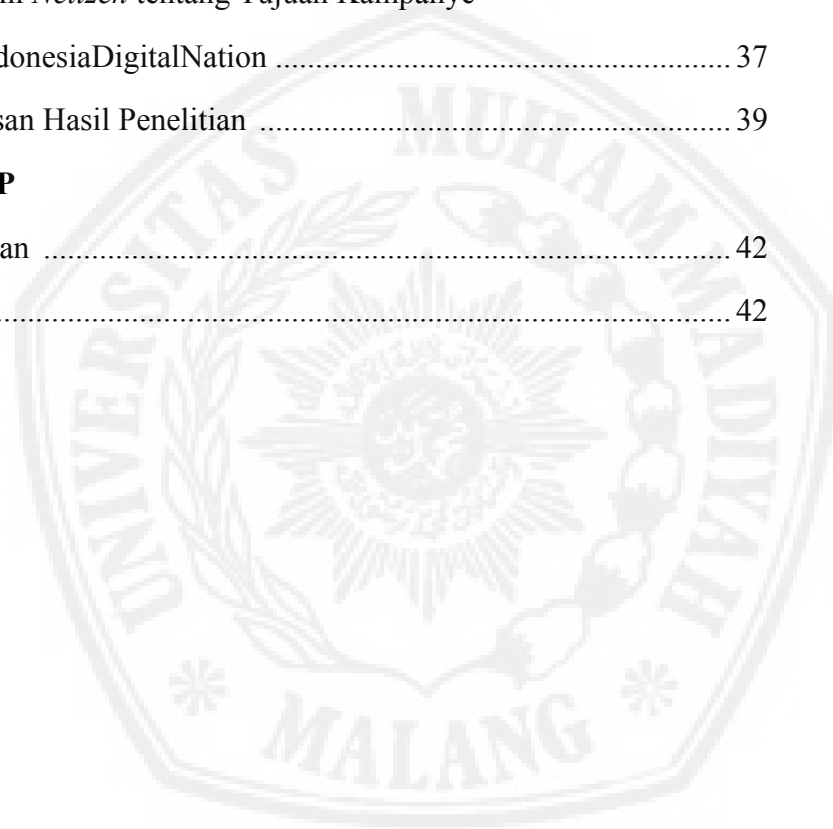
BAB V PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

5.1. Profil Informan.....	25
5.2. Analisis Hasil Penelitian	30
5.2.1 Opini <i>Netizen</i> tentang Kampanye #IndonesiaDigitalNation ...	30
5.2.2 Opini <i>Netizen</i> tentang Ketertarikan Mengikuti Kampanye #IndonesiaDigitalNation	32
5.2.3 Opini <i>Netizen</i> tentang <i>Rebranding</i> Indosat Ooredoo	34
5.2.4 Opini <i>Netizen</i> tentang Tujuan Kampanye #IndonesiaDigitalNation	37
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	39

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan	42
6.2. Saran	42

Daftar Pustaka



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kampanye Informan 1 yang di <i>upload</i> di Instagram	25
Gambar 2. Kampanye Informan 2 yang di <i>upload</i> di Instagram	26
Gambar 3. Kampanye Informan 3 yang di <i>upload</i> di Instagram	27
Gambar 4. Kampanye Informan 4 yang di <i>upload</i> di Instagram	28



DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

Belch & Belch. 2001. *Advertising & Promotion : an Integrated Marketing Communication Perspective*. New York : McGrawHill

Gudykunst, William B & Mody, Bella. 1989. SAGE Publications.

Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta : Erlangga

_____. 1994. Public Relations untuk Bisnis. Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo

Lee, Monle & Johnson, Carla. 2007. Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Mulyana, Deddy. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. 2001. Komunikasi Politik. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Ruslan, Rosady. 2007. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi. Jakarta : Erlangga

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta

Sunarjo, Djoenaesih S. 1984. Opini Publik. Yogyakarta : Liberty

W. Soehadi, Agus. 2005. Effective Branding : Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat. Bandung : PT Mizan Pustaka

Widyatama, Rendra. 2007. Pengantar Periklanan. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher

Referensi Non-Buku :

Arindita, Vera. 2013. "Tingkat Pengetahuan Perempuan Surabaya mengenai Iklan Corporate Social Responsibility Revlon Kiss for Life melalui Media Above The Line dan Below The Line". Jurnal e-komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra. Vol I (1), 5-6

Muzellec, Laurent & Lambkin, Mary. 2006. "*Corporate Re-branding : Destroying, Transferring or Creating Brand Equality?*". European Journal of Marketing, Vol 40 Iss 7/8 pp, 803 - 824

Siddiqi, Zaibunnisa. 2014. "Impact of Below The Line activities on Brand Awareness of Tetra Pack Milk". Int. Journal of Multidisciplinary and Current Research. Vol II, 748

CNN Indonesia. 2015. Cerita di Balik Pergantian Nama Indosat Ooredoo.

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151119144444-213-92736/cerita-di-balik-pergantian-nama-indosat-ooredoo/> Diakses pada tanggal 5 Januari

CNN Indonesia. 2015. Indosat Ganti Nama Jadi Indosat Ooredoo.

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151119102759-213-92642/indosat-ganti-nama-jadi-indosat-ooredoo/> Diakses pada tanggal 5 Januari 2016

Daily Social. 2014. OLX Buktikan *Rebranding* tak Pengaruhi Brand Awareness di Masyarakat.

<https://dailysocial.id/post/olx-buktikan-rebranding-tak-pengaruhi-brand-awareness-di-masyarakat/> Diakses pada tanggal 16 Desember 2015

Indosat Ooredoo. 2015. *About Indosat*.

<https://indosatooredoo.com/id/about-indosat/company-profile/history>

Diakses pada tanggal 5 Januari 2016

Indosat Ooredoo. 2015. *About Indosat*.

<https://indosatooredoo.com/id/about-indosat/corporate-profile/strategi-perusahaan>

Diakses pada tanggal 5 Januari 2016

Indonesia Digital Nation. 2015. *About*.

<http://www.indonesiadigitalnation.com/about/> Diakses pada tanggal 5 Januari 2016